

OLIO - Unaprol, a 61,14% cinesi piace olio made in Italy. Per aziende regione Lazio grande opportunità

Guangzhou (Cina) - Il 61,14% dei cinesi pensa che l'olio extra vergine di oliva italiano sia un prodotto buono per la salute perché aiuta a prevenire malattie cardiovascolari, fa diminuire il colesterolo cattivo ed aiuta a prevenire alcuni tipi di tumore.

Sono alcuni degli aspetti positivi che vengono confermati dal seminario tenuto da Unaprol con la speciale collaborazione dell'Agenzia ICE a Guangzhou in Cina alla fiera Food Hospitality World. Iniziativa nella quale Unaprol gioca un ruolo da protagonista dell'olio italiano di qualità presentando i marchi di 26 aziende della **Regione Lazio**, grazie al sostegno della stessa regione, **assessorato allo sviluppo economico ed attività produttive e Lazio Innova**, nell'ambito del progetto; *Il Lazio: il gusto dell'olio extra vergine, la bellezza di un territorio.*

Dall'indagine di mercato condotta per Unaprol in Cina emerge che solo lo 0,19% dei consumatori intervistato non sa che l'olio di oliva è importante per la salute ed il benessere fisico. Come in Italia anche Cina, ora, l'olio extra vergine di oliva viene utilizzato come regalo per mostrare rispetto verso chi lo riceve. Si tratta di un atteggiamento di tendenza che sta mutando le abitudini dei consumatori cinesi alimentato dalla preoccupazione per la sicurezza alimentare, che li spinge a spendere di più per acquistare un prodotto sano e sicuro.

Il contesto delle regolamentazioni doganali in Cina è molto rigido ed orientato a garantire a tutti i cittadini una sicurezza alimentare (food security) attraverso: **la food hygiene law** che comporta l'ispezione di tutti i prodotti della categoria food and beverage con conseguente ritiro della licenza di importazione nel caso si accerti una potenziale violazione delle norme; **il general standard of labeling of foods** stabilisce che tutte le imprese straniere che importino in Cina debbano sottoporre ad approvazione le loro etichette in lingua cinese.

La Cina è il quarto importatore più importante di prodotti alimentari dopo Unione Europea, Stati Uniti e Giappone. Oltre il 60% dei consumatori cinesi ripongono più fiducia nei prodotti stranieri rispetto a quelli delle industrie locali. Per l'olio extra vergine di oliva, che non è un prodotto tipico locale, vi sono quindi ampi spazi di manovra di conquista del mercato in Cina.

Roma, 24 settembre 2015